

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penyajian data yang sudah penulis jabarkan dan juga hasil analisis yang sudah diuraikann dalam penelitian yang berjudul Representasi Semangat Kemenangan Atlet Bulutangkis dalam Iklan YouTube OPPO F9 *Starry Purple* versi *#PurpleObsession Story*, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Iklan YouTube OPPO F9 *Starry Purple* versi *#PurpleObsession Story* yang ditampilkan pada *channel* YouTube milik OPPO Indonesia dan memiliki durasi waktu selama 60 detik ini memiliki tema atau konsep iklan yang terinspirasi dari fenomena *Asian Games* 2018 kemarin. Di dalam iklan ini merepresentasikan semangat kemenangan atlet bulutangkis yang digambarkan melalui setiap *scene* dalam tayangan iklan tersebut.
2. Dalam iklan YouTube OPPO F9 *Starry Purple* versi *#PurpleObsession Story*, ditemukan simbol-simbol yang bisa merepresentasikan semangat kemenangan dari seorang atlet bulutangkis. Simbol-simbol tersebut antara lain melalui ketangkasan, kefokusannya, latihan, dukungan, prestasi ataupun hal-hal lain yang berkaitan dengan motivasi.
3. Dalam iklan YouTube OPPO F9 *Starry Purple* versi *#PurpleObsession Story* ini terdapat diteliti menggunakan teori analisis semiotika dari Roland Barthes dan penulis menemukan didalamnya terdapat makna denotasi, konotasi, serta mitos.
4. Adanya persamaan persepsi antara khalayak yang menonton tayangan iklan YouTube OPPO F9 *Starry Purple* versi *#PurpleObsession Story* dengan pihak *production house* selaku pembuat iklan tersebut. Khalayak menilai tanda-tanda dalam iklan

tersebut merepresentasikan semangat kemenangan, motivasi, dan perjuangan untuk meraih kemenangan kembali. Hal tersebut secara keseluruhan memiliki kesamaan persepsi dengan maksud dari pembuat iklan dalam menyampaikan makna iklannya melalui simbol-simbol. Khalayak juga menilai iklan YouTube OPPO F9 *Starry Purple* versi *#PurpleObsession Story* yang terinspirasi dari fenomena *Asian Games 2018* ini memiliki pesan yang positif untuk masyarakat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah penulis lakukan terhadap iklan YouTube OPPO F9 *Starry Purple* versi *#PurpleObsession Story*, maka terdapat beberapa saran-saran yang ingin penulis sampaikan diantaranya :

5.2.1 Saran Akademis

1. Saran untuk peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan analisis semiotika agar lebih mendalami dan memperbanyak wawasan-wawasan seputar teori semiotika, sebab semiotika merupakan kajian yang membutuhkan analisis secara mendalam dan wawasan yang luas.
2. Menggunakan berbagai macam teori dan metode agar bisa mengetahui tanda-tanda yang tersembunyi di dalam sebuah objek sehingga penelitian yang akan dilakukan akan menemukan beragam tanda-tanda.
3. Diharapkan bagi akademis supaya mampu mengeksplor lebih dalam lagi tentang suatu fenomena-fenomena yang sedang terjadi di tengah-tengah masyarakat.

5.2.2 Saran Praktis

1. Bagi perusahaan, penulis menyarankan agar menggunakan ide-ide kreatif seluas mungkin agar dapat menghasilkan sebuah tayangan iklan yang menarik.

2. Dalam membuat tayangan iklan dapat menggunakan fenomena-fenomena yang terjadi untuk lebih meningkatkan ketertarikan audiens dalam melihat tayangan iklan tersebut.
3. Bagi *agency* pembuat iklan harus bisa lebih bijak lagi dalam membuat iklan dan sebisa mungkin tidak hanya membuat iklan yang menarik secara tampilan visualnya saja namun juga mengedukasi dari segi isi dan pesan iklan.

